

# 清末上海新聞における日本広告と 上海社会の生活様式の変遷（1861-1895）

謝 薇

Japanese advertisement on Shanghai newspaper and the life style  
changes of Shanghai society in late Qing Dynasty (1861-1895)

XIE Wei

In late Qing Dynasty, Japanese advertisement, which was frequently seen published on two major newspaper, "The Chinese Shipping List & Advertiser" and "Shenbao", had contributed significantly to the changes of local civilians material, social and cultural life style. The comparatively stable social ethics that generated from the life style changes had lead to a revolution of the entire society. However, as the communication between China and Japan was limited in commerce and trading, the impact of Japanese advertisement was found greater in the material and social life style changes than cultural aspect and it had played a positive role in reforming the concept of consumption, entertainment and the female social status.

キーワード：清末 上海 新聞 日本広告 上海社会 生活様式

## はじめに

中国人の生活様式は伝統から近代に向って転化するために二つの段階を経験した。第一段階は、19世紀40年代から1900年まで、生活様式の初変、漸進的な変化、局部的な変化という段階であった。第二段階は、1901年から20世紀の20年代まで、生活様式の急変、全面的な転換という段階である。第一段階の変化は主に対外通商や貿易の不均衡な発展、通商港の生活空間及び社会生態等の変化であった。貿易、市場と都市の公共生活は新たな生活の資源条件を形成し、人々の衣食住、交通手段及び娯楽などの生活様式に商業化、都市化、社会化等の特徴をもたらした。局部的で変形化した「公共の生活領域」が芽生え始めた。このような生活様式の変化はまず通商が進展した都市から誕生したとされる<sup>1)</sup>。このような典型的な例として近代中国の重要な貿易港の一つである上海に焦点化し、新聞広告とりわけ日本広告が上海民衆の生活様式の変遷に関係したかについて明らかにしたい。

---

1) 李長莉『中国人的生活様式：從伝統到近代』、四川人民出版社、2008年、5-6頁。

19世紀の後半、上海社会の民衆がいかに関外文明からの衝撃を受けたかに関する成果は多く見られる。例えば、楽正『近代上海人社会心態』(1991年)、小浜正子『近代上海の公共性と国家』(2003年)、李長莉『中国人的生活様式：従伝統到近代』(2008年)、張仲礼『近代上海城市研究』(2008年)等を掲げることが出来るであろう。しかしながらこれらの成果はいずれも新聞広告に関する視点から上海民衆の生活様式の変遷について系統的な研究を行っていなかった。

近代上海を代表的する中国語新聞に『上海新報』<sup>2)</sup>と『申報』<sup>3)</sup>がある。『上海新報』は、英文名“*The Chinese Shipping List & Advertiser*”であり、中国語で『上海船期広告紙』と呼称されていた。1861年秋、或は同年末に、近代上海における最初の近代的な出版社であった墨海書館が解散した。英字新聞“*North China Herald*”の責任者イギリス人のCharles Spencer Comptonが、墨海書館の中国語の活字設備を購入し、『上海新報』を創刊したのである。初期の『上海新報』は週刊であり、1862年5月7日から週三回即ち火、木、土曜日に出版し、1872年7月2日には日報となったが、但し日曜日は出版されていなかった。最後は1872年12月31日で終刊した。11年間で1,700余号が刊行された。『上海新報』は、近代上海における最初の中国語新聞であり、1860年代初期から1870年代の初期まで唯一の中国語の商業新聞として重視された。それに次ぐのが上海において最も多くの読者を要した商業新聞『申報』である。同紙の1872年から1895年までに掲載された日本広告について検討した。イギリス人Ernest Majorが、1872年4月30日に『申報』を創刊した。『申報』の「売れ行きは初期でただ六百件であったが、彼(Major)が1889年にイギリスへ帰国するまで、売れ行きは十倍に増加した」<sup>4)</sup>と言われている。このように『申報』は、当時の上海において最も販売数の多い中国語の日刊紙となった。その『申報』には多くの広告が掲載されているが、なかでも日本商品等の広告も極めて多い。

そこで本稿は、1861-1872年間の『上海新報』そして1872-1895年間の『申報』に見える日本広告を対象とし検討したい。現存の1,700号分の『上海新報』と、24年箇間の『申報』には、内容の異なる日本広告が約800件にのぼっている。これらの時期の日本広告は、全体的には多元化、異文化、現代化などの特徴が見られる。この日本広告を対象として、上海における民衆の物質生活、社会生活そして文化生活の三様式に視角をあて、日本広告が上海社会の生活様式にどのように影響し、その生活を変化させたのかについて考えてみたい。

## 一 上海における物質生活の様式の変遷

物質生活の様式の変遷とは、人々の日常生活用の物質生活の資料の生産様式、交換様式及び使用、消

2) 本稿は臺灣文海出版社の影印版『上海新報』を参考にした。影印版『上海新報』は、1,300余号を収録しているが、欠落が多いのは次の二つの時期である。最初は創刊後の数箇月分であり、次いで1866年5月末から1868年7月末までの2年間である。この二時期を除き若干の欠落、破損があるが、基本的には完璧に保存されている。

3) 本稿で使用した『申報』は、上海書店が1980年に影印出版したもので、この影印版『申報』は、一部分が欠損しているが、基本的には完全に保存されたものと言える。

4) 胡道静『上海的日報』

費様式等の変遷だということである<sup>5)</sup>。上海の埠頭が対外開放される以前にあった、人々は米を主食とし、カヤ拭きの小屋に住み、中国風の衣服を身につけ、徒歩を主な交通手段としたような環境で生活していた。ところが対外開放されると、上海民衆は広告を通じて煌びやかな新しい世界を発見した。広告の中には洋食、洋服、汽船、汽車、マッチ、電灯、電話等の奇抜で未知の様々な文化に遭遇し、伝統的な物質生活を維持していた上海民衆を震撼させることになった。上海の新聞における日本広告は、民衆の物質生活様式を変遷させ、民衆の日常生活の習慣を導き、伝統的な小農的な消費意識を変換させ、商業化、市場化の消費意識を急上昇させることになったのである。その具体的な事例は次に掲げるものに見ることが出来るであろう。

### （一）日本雑貨

王韜は『甕牖餘談』に「況日本所産之漆器細綢爲中國所罕有。而如人參香覃鮑魚海帶等物亦系中國食肆所需、視爲珍品。」<sup>6)</sup>と述べ、「日本の漆器、絹織物は中国にとって珍しい商品であり、日本の朝鮮人参、鮑、昆布等は中国が需要した食料品である」と「通商日本説」を提出した。埠頭が開放された後、日本の雑貨が急速に上海に輸入された。当時上海において日本の雑貨は、東洋雑貨とよばれた。『上海新報』と『申報』には日本雑貨を販売する広告が頻繁に見られる。1870年12月22日の『上海新報』第447号には日本雑貨を販売する広告が掲載されている。

拍賣各物 啓者今于本月初二日晚八時半鐘在本行内拍賣送禮新鮮物件，東洋各樣奇巧物若幹，又頂好新樣玻璃器全副，又頂好大菜所用各樣瓷器等件。其樣式擺列本行，可以觀看先期發單。欲買者請來面拍可也。此布 十一月初一日 老泰興洋行啓<sup>7)</sup>。

（競売 啓者、今月2日の夜、8時半から本社において新奇な商品を競売いたします。これらの商品は贈物とし、日本の様々な精巧な製品、新たな様式のガラス容器と磁器等であります。本社には見本があります。お客様は本社に来て頂いて商談されても結構であります。以上、告白いたします。11月1日 老泰興洋行 啓。）

このような日本雑貨を販売する広告は、『上海新報』のほか、『申報』にも多く掲載された。当時の上海において販売された日本の雑貨は、主に東洋即ち日本の磁器、屏風、漆器、花瓶、鉢、石炭、木材、その他の骨董類等であった。上海が対外開放された初期、普通の洋貨、即ち外国製品の価格は比較的に高額のため、当時の上海において「洋貨」という言葉は貴重品を意味していた。洋貨は、上海民衆にとって日常生活の必需品ではなく、単に贅沢品であった。以上の広告において「送禮新鮮物件」と表現されているように、埠頭が開放された初期の上海民衆は、日本雑貨を「新奇」な物と考えていた。

日本雑貨が、上海において普及するために日本側は様々な方法を講じている。広告の上では、主に日本政府の広告宣伝と日本商号の広告宣伝があった。当時の日本政府は貿易の発達を促進するため、博覧会を通じ、諸外国の商人を日本で開催する博覧会に参加させるように勧誘した。外国の商人達に日本製

5) 李長莉『晚清上海社会的変遷』、天津出版社、2002年8月、7頁。

6) 王韜『甕牖餘談』、『筆記小説大観』（第27冊）、江蘇広陵古籍刻印社、1983年4月、263頁。

7) 『上海新報』（影印版第7本）、文海出版社、第447号（1870年12月22日、木曜日）。

品を極めて深く理解させ、日本製品の海外における評判を高め、販路を促進できるとした。そこで、日本政府は、上海のみならず全中国の人々が、日本で開催する博覧会を周知する方法として新聞広告を利用した。そのため上海において売れ行きが最も多い『申報』に大量の広告を掲載した。次の広告は1875年2月18日の『申報』第858号に掲載された「東洋大設博覧会」という広告である。

東洋大設博覧會 本年西曆三月初一日即中國正月念四日、日本西京照三年內舊例開設博覧會、凡本國所產珍奇異品以及土產。各盼無論官商民所藏之件、均於是日陳設會所、計開設百日。其西京地方向非通商碼頭、他國商民不能報到、當此設會之時開禁百日。如他國以及西人有□所□見□玩亦准馳赴該處、送入會中、以開閱者眼界而曠見聞。倘有物之人准於會期前一禮拜入境、會罷後一禮拜出境。倘無入會之物、觀賞遊玩者、必須及期方准入境、會罷即行出境。聚天地之精華、極一時之賞玩。倘蒙各國博學鴻才不以東瀛見遠惠然肯來。品物既陳加以褒貶、則益□斯會之光矣。幸甚盼甚！ 日本博覧會社主謹啓<sup>8)</sup> (□：不明文字)

(日本における博覧会開催。今年の西曆3月1日即ち中国の旧曆正月24日に、日本の京都において前例に従い博覧会を開催します。およそ本国に産する珍奇なる産物と特産物、官であろうと商であろうと民であろうと、所蔵するところの物件をひとしくこの日に出品でき、100日間開会することになりました。京都には通商の埠頭はなく、外国から自由に入国することはできませんが、開催期間の100日間はその措置を解除します。もし外国の人で珍品があれば、博覧会に輸送して下さい。見学者の視野を広げることになります。展覧品を持っている人は、開会一週間前に入国し、同会終了一週間後に帰国する許可が認められています。出品物がなく見学のみの方は、開会時に入国し、会終了時に帰国しなければなりません。宇宙の奇観を集め、一時に賞玩を極められます。いわば京都の山川、人物は日本一であり、景勝の地を探索しようとする紳士は、日本を遠いなどと思わずに来訪され、陳列物品を批評されるならば当会の光栄とするところであります。大日本国博覧会主人 謹啟。)

さらに日本の駐上海総領事公署は1879年2月15日の『申報』第2088号に「博覧会期」という広告、1880年2月1日の第2429号に「博覧会告白」、1881年2月12日の第2793号に「東洋博覧会」を、1881年2月17日の第2798号に「博覧会期」という広告等を掲載し、中国人に日本の博覧会への参加を呼びかけるための宣伝とした。

これらの広告は『申報』に長期にわたり掲載された。日本の博覧会が、当時の上海社会に与えた影響について『申報』に掲載された日本の博覧会についての評論から知られる。1875年2月16日の『申報』第858号に「東洋大設博覧会」の広告が掲載された直後に、申報館は『申報』第860号(1875年2月18日)に「奉勸華人往東洋赴博覧会勸説」という社説を発表した。

……吾聞此事不禁勃然而興、遍告國人曰：我國好遊之人、何不乘此機會曠數日之光陰、赴京瀛之勝境而廣博見聞開懷擴心胸乎、此實向來所未見之機會也。……<sup>9)</sup>

(…私はこのことを聞き高揚し、我が国の人々に、旅に出て各地を見聞することが好きな人は、この機会を利用し数日間にわたり美しく繁栄している日本へ赴けば、見聞が豊かになり視野を広げられ

8) 申報社『申報』(影印版第6本)、上海書店、第858号(西1875年2月16日、火曜日)、140頁。

9) 申報社『申報』(影印版第6本)、上海書店、第860号(西1875年2月18日、木曜日)、145頁。

る。これは実にこれまでにない機会である。…)

と伝え、申報館は、日本の博覧会に積極的に賛成する態度を示し、社説で東洋の西京即ち京都の美しい景色、旅行の便利さ、物価の安さを紹介することで日本に行きたい中国人の不安を取り除いた。また、1880年2月1日の『申報』第2429号には、「博覧会告白」という広告が掲載されると、『申報』第2439号（1880年2月17日）の第一版に「論博会有益于地方生意」という社説を掲載した。

……以其所有易其所無……博覽之會凡物之有大利益而無人知之者人或指而示之則從此可以獲利……<sup>10)</sup>

(…自分のもので他の人と自分の無いものと交換できる。…もし、ある人が博覧会において、人に知れ無い巨大な利潤がある商品を発見すれば、この商品について商売をすれば必ず利益をもたらすであろう…)

この社説は、博覧会がどのような方法を利用して地方の商業を促進できるかについて詳しく検討した。具体的には、売買両方が博覧会を便利に利用できることとか、販売者が博覧会でこれまで見たことがない商品を故郷に輸入することを通じて、博覧会を主催した地方の商業が促進できることなどを論じた。『申報』は博覧会に賛成する態度から、日本の博覧会の開催によって上海における日本雑貨の流通が一層盛んになったことがわかる。その後、日本の駐上海総領事館は、1881年から1882までの2年間の『申報』においてしばしば博覧会についての広告を掲載した。日本政府の広告宣伝のほかに上海における日本商店、商社の広告宣伝について多言を要しない。1862年から1895までの『上海新報』と『申報』において掲載された日本広告の中の日本雑貨は数十種類を数える。新聞に見られる日本広告の数量も年々増加して行った。日本雑貨の輸入が増えることにより、日本雑貨を買う人も多くなり、日本雑貨が次第に上海において普及した。日本雑貨は単に金持ちの専用品ではなく、民衆の日常生活品の一部となった。この変化は1877年1月12日の『申報』第1450号に掲載された「尋人」という広告から見る事ができる。

尋人 啓者儀泰開設在浦東爛坭渡有十六歲傭女一人，于二十六晚七點鐘至浦灘洗淨桶俟，人未歸往灘尋看，惟有桶不見人，或以失足浦中，或借名脫身。該女以廣東人名喜，面圓尖身穿東洋布夾襖，元布褲白機大腳，梳辮子。如有仁人君子看見迺信者謝洋四元，將人送到謝洋十五元，或已死在浦中如見其屍身通信，謝洋二元覺無異言 浦東儀泰廠啓<sup>11)</sup>

(求人 啓者、26日の夜7時、浦東の爛坭渡にある儀泰工場の16歳の女性の手伝いが黄浦江へおまるを洗いに行ったきり帰って来ませんでした。工場の人は黄浦江を探し、おまるのみを見つけました。この状況からすれば、その女の手伝いは黄浦江に落水したか密かに逃亡したかの二つの可能性が考えられました。その女の手伝いは喜という広東人で、丸顔で東洋布のあわせの上着を着て、元布のズボンを穿き、髪をすいておさげを編んでいました。もしかして誰かがその女の手伝いを見て工場に知らせば、15元を謝礼として贈ります。もし誰か黄浦江においてその女の手伝いの死体を見れば、2元を謝礼として贈ります。絶対に堅守します。浦東儀泰工場 啓。)

この広告から当時の上海において下女は社会地位が低いものの東洋布で織られた服を着ることができ

10) 申報社『申報』（影印版第16本）、上海書店、第2439号（西1880年2月17日、火曜日）、165頁。

11) 申報社『申報』（影印版第10本）、上海書店、第1450号（西1877年1月12日、金曜日）、43頁。

た。上海の埠頭が対外開放された三十年後には日本雑貨が上海の民衆の日常生活の中に定着していたことがわかる証拠と言えるであろう。

以上の広告からわかるように、上海において日本雑貨の普及は上海民衆の生活習慣、消費習慣に一定程度の影響を与えていたことがわかる。埠頭が対外開放されて以来、上海民衆は自給自足の生活の現状に満足せず、一定の消費習慣を養った。上海民衆にとって、消費は珍しいことではなく、日常生活の中に欠せない一部分となっていた。一方、上海民衆の消費習慣の一部を形成したのは日本雑貨であり、その上海における発展に良い環境を提供した。安くて良い日本雑貨の売れ行きが良いことから、年々その輸入量が増加した。

## (二) 日本食材

清代において上海民衆は、主に米や小麦粉を主食にし、中華料理の伝統に依拠していたが、上海が繁栄するにつれ料理用の食材も次第に豊かになってきた。上海の埠頭が開放され、外国商人が上海に進出するに伴い諸外国の食材と料理や料理法が上海に輸入され、飲食文化に熱中する上海民衆の視野を急速に広めた。上海民衆は外来の食材と料理にとっても興味を示した。そして外来の食材と料理を受容したことで飲食習慣が変化してきた。そのような中で日本の食材と料理は、上海民衆に受容されるためには紆余曲折の過程があった。

その一例が昆布である。初期の『上海新報』に日本からの昆布を販売する広告が見られるが、昆布が中国社会において広く受容されるには複雑な過程があった。米澤秀夫の『上海史話』に昆布が日本から中国に輸入されたことについて以下のように述べられている。

安政六年六月二日函館開港の当日午前四時第一着に、巴港湾頭に投錨して、住民を驚かしたのは、米国帆船モーレー号であったが、これに次いで英国の帆船イリサーメル号が入港した。このイリサーメル号で来たアフトンという英国商人とその番頭の陳玉松という廣東人が、函館の海産問屋柳田藤吉商店の店先に現れ、寒天や椎茸を一覧した後、海帯はないかとて、畳紙に並べて包んだ一寸四方ぐらいの古びた見本を示した。主人藤吉は海帯の何物なるかを解せず、見本が古過ぎて判別が出来なかったので、土地の博学者亀屋七郎右衛門（如水と号す）に鑑定を乞うたところ初めて昆布だと判った。そこで三石産と十勝産の最上新昆布を客に示すと、こん度は客の方が見本と違うから海帯ではあるまいと承引しない。己むを得ず藤吉は、それ等の昆布十四、五本を陳玉松に贈り、支那に帰国の上確めんことを求めたのであった。ところが同年八月再びイリサーメル号が来た時から、猛烈な昆布の買付が開始された。昆布が海帯に相違ないことが判った結果であり、そのため昆布の価格は入船毎に暴騰し、海産問屋は気味の悪いほど儲けたのである<sup>12)</sup>。

安政六年（1859）前より中国人はすでに昆布の料理について知っていた。広東籍の陳玉松が、函館の海産問屋で海帯があるかと聞き、乾燥した海帯の見本を主人藤吉に示した。当地の博学者の鑑定によって、乾燥された海帯の見本が昆布であることを知った。そこで、藤吉は、新鮮な昆布を陳玉松氏に示した。しかしながら陳玉松は、新鮮な昆布が乾燥した海帯の見本と同じなものではないと思った。陳玉松

12) 米澤秀夫『上海史話』、大空社、2002年1月、86-87頁。

は新鮮な昆布を持って帰国して後に、昆布が海帯であると確認した。同年8月に再び日本に来た時、猛烈な昆布の買付が開始された。最初に昆布を理解しなかったことから昆布貿易までの過程は、中国人の日本の食物を受容する過程の一端を見ることができると言える。また日本と上海の昆布の貿易の中で、昆布に対する種々な誤解があった。

日本の駐上海総領事館がその誤解を解くため、1876年1月7日付の『申報』第1137号に「辨海帯絲染色誤害」という広告を掲載した。

海帯絲染色誤害 海帯絲一物産於日本為東洋出口大宗，而行銷者惟中國為最廣。查此物産於北海，業此者每用綠礬加於原物之上，希圖顏色蒼翠，易於出售。而不知綠礬有毒嗜之大損於人。中國商人亦以綠色之厚薄定價值之低昂，是以射利之徒明知無益於人，必得體貼人情，投其所好用礬加染。本國官宦察知其隱，遍曉諭嚴禁違者立即懲辦，一而知照本總領事照會中國地方官通行曉諭，嗣後辦貨商民務須察其重外光，以體貼本國一視同仁，無分中外之至意，盼切望切。日本國總領事署謹白<sup>13)</sup>

（糸昆布の染色に有害 糸昆布は日本の特産品とし、日本の輸出品の主要産物であり、輸入国の中で中国の輸入量が最も多いです。販売者は売行きを計るため、緑礬で糸昆布を緑色に染めていることが多くあります。緑礬は人体に有害であるが、中国商人はそのことを知らないため、緑色の濃さによって糸昆布の値段が決まりました。そこで、ある悪人は緑礬が毒であることをよく知っているのに、利益のために緑礬で糸昆布を緑色に染めました。本国の官吏がその状況を究明すると、その行為を禁止するという規定を公布しました。もし、誰か違反すれば厳重な処罰を受けるべきであります。また、本国の官吏は本領事に中国の各地の官吏にその規定を知らせさせました。これから、糸昆布の商売に従う商人はそのことを重視しなければなりません。以上、本国であろうと外国であろうと分け隔て無くしないように告白します。日本国総領事署 謹白。）

この広告から、当時の日本産昆布の輸出先が中国で、その輸入量が最も多かった。しかし中国人は昆布に対し、翡翠のような緑色があればあるだけ品質がよいという誤解があったことから、中国の商人も緑色を標準として昆布のランクを判定した。そこで利益を増やすためにある販売者が緑礬で昆布を緑色に染めた。緑礬は有毒であることから、日本の駐上海総領事館は『申報』に広告を掲載し、上海民衆と商人にいかによい昆布を鑑定するかを教示した。緑礬を利用する販売者に警告した。そのほか、上海は気候が湿潤な地であることから、上海において日本からの昆布を保存しにくく、昆布を放っておくとカビが生じやすい。そのため、日本の広業洋行は、特別に黒田という日本内閣顧問大臣に昆布保存の方法を教えを授けるように依頼した。しかも広業洋行は、1885年7月31日の『申報』第4416号に、「昆布貯藏法」という広告を掲載し、上海における商人達に宣伝した。

昆布のほかに当時の上海市場に輸入された日本の食品に章魚があった。章魚を上海に輸入した直後は恐慌を来たした。蓮香館という広告主が、1885年8月2日の『申報』第4418号に「日本毒物」という広告を掲載した。（図1参照）

日本毒物 新到外国毒物，肚似蠓豉，发似鱿鱼，名曰海底蜘蛛又名章鱼仔。到省甚多价甚相宜，食者

13) 申報社『申報』（影印版第8本）、上海書店、第1137号（西1876年1月7日、金曜日）、23頁。

發盡即死不治。各宜謹慎板存，大良蓮香館。廣傳者功德無量<sup>14)</sup>。

(日本毒物 上海に新しい品種の毒物が出現しました。その毒物は腹がカキのようで、触角がイカのように海底蜘蛛又は章魚と呼ばれています。上海の各市場にはその毒物がとても多く、値段も安いのです。その毒物を食べると、すぐ毒殺され治ることがありません。皆さんはその毒物を慎重に扱うべきであります。蓮香館。このことを広く周知するする方が功德となります。)

この広告から、蓮香館という店舗は、章魚が毒物であると聞き、上海民衆の安全のために『申報』へ広告を掲載し、章魚を食べたらすぐ死ぬとして民衆に知らせた。当時の上海民衆は章魚に対する誤解について、その直後に日本の広業洋行が1885年8月7日の『申報』第4423号に「毒物解説」という誤解を解く広告を掲載した。(図1参照)

毒物解説 客月由香港傳有謠言，述以邇自日本運到一種類似魷魚之物，食者中毒即死等語。本行聞之殊以為異，頗抱疑懷轉展索解，莫釋其謠。查此種魚產自本國沿海，各處名曰章魚，自昔迄今通國之人無論鮮幹隨便烹熟以供口饗。惟知其味滋且美，而從未見聞有毒之說。詎有如此架空妄誕恐致壞國產名聲，貽害商民生業。正欲質諸中外博物方家剖辨其物有無含毒，而乃聞得上月十五日發兌香港日報內，傾有自日本輪到一種魷魚含毒害人之說，因經香港政府管理審查物質之西官古湧君，特以其說之由似屬曖昧無因飭，取其魚即將兩只投入一貓口之，又以少許投以兩雞啄之，肉拌和糯米熟粉投與兩豚食之，均飽盡而試之，嘗者無恙，並未見其口倒，亦無中毒之狀。蓋此種魚邇來輪到香港售諸市場曆以有年，實未聞見食之中毒者。

自可確保無毒之物矣云云。敝行悉此確證始釋疑團，藉慰杞憂幸甚感甚。茲特質此用告四方賜顧商客請即務為妄誕所述，以至裹足，誤失兩國貿易之利路是所祈禱謹白。日商廣業洋行告白<sup>15)</sup> (□：不明文字)

(毒物の解説 最近、誰が日本からのイカみたいなものを食べたらすぐに毒殺されて治ることがないというデマを發し、香港から上海にかけて流布しています。本社はそのデマに関して調査を行いました。そのイカみたいなものは、事実は本国の沿海地方の特産物であり、章魚と呼ばれています。日本全国でいろんな方法で章魚を料理した歴史は昔に遡ることができます。これまで我が国において章魚は毒があるという話を聞いたことがなく、美味しいものだというのみ知っています。そのデマは我が国の名誉を傷つけ、商業に害を与えることから、本社は中、外の博学者に章魚は毒があるかどうかを判断するのを依頼したところ、先月15日、香港政府の物品管理、審査の担当者が猫、鶏、豚に章魚を与えて、各動物には食中毒の症状が見られませんでした。しかも、章魚は香港の各市場において販売される歴史が長く、これまで中毒の話を聞いたことがありません。したがって、



図1 日本毒物と毒物解説広告

14) 申報社『申報』(影印版第27本)、上海書店、第4418号(西1885年8月2日、日曜日)、195頁。

15) 申報社『申報』(影印版第27本)、上海書店、第4423号(西1885年8月7日、金曜日)、225頁。



章魚には毒がないものであると保証できる記事が見られました。この記事は、まさに本社の疑問を解きました。以上、お客様はデマに惑わされることがなく、両国の貿易に悪い影響を与えないように告白致します。日本の会社広業洋行 告白。)

この広告から上海のみならず香港でも章魚が毒物だというデマが広まっていた。広業洋行は、広告で日本において章魚が料理としての歴史が長く、中毒の事実がないことを表明した。しかもそのデマに対して香港政府の西洋役人は猫や豚等の家畜に章魚を与え中毒症状が発生しなかったことを証明した。したがって章魚は毒物ではなく食物であるということを明らかにしたのであった。

以上の広告から日本の食品が上海社会に定着するには長く紆余曲折の過程があったことがわかる。その過程において上海民衆には日本の食品に関して様々な誤解があった。日本の食品が上海へ進出したのは、換言すれば上海民衆の食文化を変化させ、上海民衆の食文化に一層の多元性を備えさせた。上海民衆にとって食品を選択する機会が一層増えたと言える。

日本の食品・食材のほかに、上海において日本料理と日本料理店も流行していた。そのことは次に詳しく述べたい。

### （三）日本化粧品

外国製品が潮のように上海へ輸入されるにつれ、基本的な生活用品のほかに、清末の上海において贅沢品も流行してきた。贅沢品のブームは上海民衆の消費欲を刺激し、都市の娯楽、飲食、服装等及び相關する業種の発展を促進した。

その一つに日本の化粧品があった。化粧品は贅沢品として上海において流行してきた。『申報』の日本広告からみると、日本の化粧品は上海において流行したのは1884年以降であることが分かる。しかも、当時の日本の化粧品は現在の化粧品のように多様な種類がなく、ただ白粉、洗顔石鹸、化粧石鹸等の現在の化粧品の原型である。『申報』に掲載された大量の日本の化粧品広告がある。日本の商店は様々な宣伝方式で上海民衆の注目を引き付けた。日本人が上海に進出するにつれ、日本人の美意識は知らず知らずのうちに上海民衆の生活に影響を与えた。髪を結び上げ、腰で帯を結ぶ日本の女性は上海の女性が模倣する対象になった。したがって、日本の化粧品広告の中で東洋美人の挿絵がよく見られた。日本の商店はこの方法で上海の女性の消費意欲を刺激した。例を挙げると、東京の品香室が1886年8月31日の『申報』第4805号に東洋美人の挿絵がある化粧品広告を掲載した。（図2参照）



図2 東洋美人の挿絵広告

東洋新到 艶容散專治雀斑、酒刺無不立效。每瓶錢九十六文。0 精制擦牙粉，治虛火牙痛牙虫等，擦之自能功效。每瓶錢八十四文。以上均有仿單，詳細寄在上洋打狗橋北首永昌順布號寶善街中錦潤堂扇店二家出售。東京品香室啓<sup>16)</sup>

（東洋新着 艶容散がそばかす、にきびを治す効き目が早く出ます。1本の価格は96文であります。）

16) 申報社『申報』（影印版第29本）、上海書店、第4805号（西1886年8月31日、火曜日）、376頁。

○特製齒磨粉がのぼせ、齒痛、虫齒等を治します。1本の価格は84文であります。以上の製品は、皆説明書を添えています。打狗橋の北にある永昌順と宝善街にある錦潤堂の2軒の商店で販売しています。東京品香室 啓。）

そのほか、日本の化粧品の上海における人気度は、『申報』第3811号（1883年11月30日）と『申報』第3813号（1883年12月2日）に掲載された2件の広告からわかる。（図3参照）

五彩香肥皂 五彩香肥皂鮮明耀眼，能治一切油膩，並臉上煙色黑氣。而奇香觸鼻，以之塊送親友亦覺玲瓏可愛。當此西風時令皮膚易於起燥，及皸痛等類擦之立可滑潤。每塊錢九十六。今寄上洋老北門外打狗橋北慎泰布店出售 鑫香壽啓<sup>17)</sup>

（カラー化粧石鹼 カラー化粧石鹼は鮮明でまばゆい、各種の脂性の皮膚、暗い顔面を治すことができ、香りが鼻を潤い、小さく精緻で親戚や友人に贈る良品であります。皮膚が乾く、アカギレが出来た場合、カラー化粧石鹼を塗ると皮膚が滑らかになります。1つの価格は96文であります。北門の打狗橋の北にある慎泰号が委託販売します。鑫香寿 啓。）

東洋五彩香肥皂 五彩香肥皂鮮明耀眼，能治一切油膩，並臉上煙色黑氣。而奇香觸鼻，以之塊送親友亦覺玲瓏可愛。當此西風時令皮膚易於起燥，及皸痛等類擦之立可滑潤。每塊錢九十六。今寄上洋老北門外打狗橋北慎泰布店出售 鑫香壽啓<sup>18)</sup>

（東洋カラー化粧石鹼 内容同上）

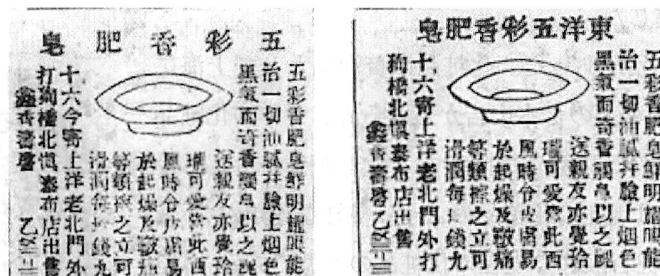


図3 「カラー化粧石鹼」広告と「東洋カラー化粧石鹼」広告

鑫香寿という商店が1883年11月30日の『申報』第3811号に「五彩香肥皂」という広告を掲載し、広告の中に化粧石鹼の外形、用法、効果等を説明したが、2日の後、鑫香寿は、『申報』第3811号（1883.12.2）に「東洋五彩香肥皂」という広告を掲載した。この広告は2日前の広告と同じ内容であるが、広告主は宣伝の効果のために前の広告に基づいてタイトルに「東洋」という単語を加えた。

以上の2件の広告の変化から日本からの化粧品が上海民衆にとっても人気があり、化粧品の名称に「東洋」という語彙を加えれば、上海の消費者の注意を喚起したと思われる。しかも広告主は広告において「以之塊送親友亦覺玲瓏可愛」と言及したように、当時の上海は、日本からの化粧石鹼、おしろい等の化粧品を贈物とするなど極めて流行していたのである。このような文章は日本の化粧品広告中によく見ら

17) 申報社『申報』（影印版第23本）、上海書店、第3811号（西1883年11月30日、金曜日）、916頁。

18) 申報社『申報』（影印版第23本）、上海書店、第3813号（西1883年12月2日、日曜日）、926頁。

れる。

日本の化粧品の上海における人気度は、『申報』に見られる多くの「偽物ご注意」という広告からわかる。次の広告は『申報』第4662号（1886.4.10）に掲載された「本物の東洋蘭化粧石鹼に声明」という広告である。

聲明真東洋蘭花香肥皂 專治一切油膩並臉上煙色黑氣，而奇香潤鼻，以之饋送親友，亦覺玲瓏可愛，擦之可皮膚滑潤。每匣四塊計大錢一百四十文，每逢禮拜三六登報。仍在上洋仁濟醫館南首榮錦裏對門，大豐店基錦泰仁布號一家出售餘者皆非 日本錦蘭香啓<sup>19)</sup>

（本物の東洋蘭化粧石鹼の声明 各種の脂性の皮膚、暗い顔面を治すことができ、香りが鼻を潤い、小さく精緻で親戚や友人に贈る良品であります。カラー化粧石鹼を塗ると、皮膚が滑らかになります。1箱には4箇の石鹼があり、価格が140文であります。広告は毎週水、土曜日に新聞に掲載されます。仁濟病院の南にある榮錦裏の向かいにある錦泰仁商号だけが売るのは本物の東洋蘭化粧石鹼であり、ほかの店で売るのはすべて偽物であります。）

この広告から、東洋蘭化粧石鹼は日本の錦蘭香という商店により生産された石鹼であり、売れ行きがよいことから、上海において模倣される対象となっていた。そのため、日本の錦蘭香は『申報』に広告を掲載し、上海においてただ錦泰仁という店舗で販売された化粧石鹼のみが本当の東洋蘭化粧石鹼であることを声明した。この広告と類似した広告が『申報』に多く見られる。それらの広告から、当時の上海において日本の化粧品はよく模倣されていたことと、上海民衆にとっても人気があったことがわかる。

日本の化粧品広告の出現は、いわば上海民衆の消費観念に影響を与えただけでなく、知らず知らずのうちに上海民衆を新たな生活方式へ導いた。この新たな生活方式というのは、日常生活の中で普通に顔を洗う手順から、複雑な肌の手入れをする手順へ変わるということであった。日本の化粧品広告のアピールポイントは上海民衆にとって基本の需要を超え、贅沢品の需要に対するアピールであった。

以上の分析から日本広告は上海民衆の消費心理と消費習慣に若干の影響を与えた。一方、この消費意識の形成は、日本商品が上海において普及させることにより環境を提供した。進んで日本商品を購入し、使用する上海民衆はますます多くなり、日本商品が上海民衆の衣食住等の日常消費に続々と入りこんだ。この過程において日本広告は先導者の役割をはたした。上海の普通の民衆は、日本商品に未知であった時期に、日本広告は上海社会の先覚者即ち社会の精英を伝播のターゲットにし、日本商品に対する認識を社会の精英達に伝播した。そして社会の精英達を通して上海社会の日本商品に関する世論を形成し、上海の普通の民衆は日本商品を受容することを促進した。

日本広告はこのように徐々に上海民衆に日本商品を解説し、上海民衆の日本商品に対する誤解を解くことにより、日本商品を上海民衆の日常生活に浸透したのである。

19) 申報社『申報』（影印版第28本）、上海書店、第4662号（西1886年4月10日、土曜日）、553頁。

## 二 上海における社会生活の様式の変遷

社会の生活様式の変遷は、人々の交際の様式、人間関係、社交活動及び社会の風習等の変遷である<sup>20)</sup>。上海が対外開放される以前、上海はただ普通の町であり、民衆の生活様式は家族を中心にしたものであった。人々の社交活動は家族、隣近所の間でお茶を飲み、世間話をするなど伝統的な活動であった。当時の上海民衆の社交の範囲はとても狭かった。農閑期或いは正月等の祝日、縁日と祭り等のみに公共的な娯楽活動があった<sup>21)</sup>。埠頭が対外開放された後、上海の租界において料理店、茶館、酒場、アヘン館、劇場等の公共的な娯楽場所が発展するにつれ、上海民衆の社会生活の様式が大きく変化していった。上海民衆の社会生活は、すでに家族を中心にしたものに限らず、個人を中心にして公共的な社交場所における社会生活に推移した。上海の新聞に見る日本広告は、上海民衆の生活様式の変遷、交際様式の変化、人間関係の拡大、民衆のリソース観念の変化、社会風俗の開化等の方面にまで見られるのである。具体的な事例を上海の新聞広告から見てみたい。

### (一) 日本料理店

上海が対外開放された20年の後の商業が発展するにつれて、上海民衆の物質生活と消費生活は豊かになった。特に、商人達の中に富をひけらかすことが流行した。金銭は人間関係の一要素としてその重要性が高まった。このため享楽を追求するリソース観念と富をひけらかす消費行為は上海民衆の社交活動にとって主流になり、上海民衆の社会生活の様式は変化しつつあった。例を挙げると当時の上海において人々が外国の料理店で交際することがとても流行していた。1880年代から、上海において西洋料理、日本料理、朝鮮料理等を経営した料理店は多くあった。1890年まで、上海民衆の飲食の方式は多様化した。平日に家で食事することのほか、料理店で外食することも人気があった。当時の上海民衆は、外食用の費用が家庭の食費の総額の11-12%を占めていたと言われる<sup>22)</sup>。外食は人気があったため、1879年から「東洋茶酒館」が上海でとても流行していた。東洋茶酒館とは日本料理の店のことである。『申報』に見える最初の日本料理店に関する広告は、1879年12月25日の『申報』第2391号に掲載されている。

新開東洋茶酒館 啓者本館今新開專制東洋各式茶糕，包辦兩洋酒席格外公道。蒙貴官紳商賜顧者請來是禱。在上洋蘇州河邊舊鐵路旁 三盛樓告白<sup>23)</sup>

(新設の東洋茶酒館 啓者、本館は新設であり様々な日本の菓子をつくり、宴席を設ける業務も行います。価格は公正で紳士、商人等のご愛顧をお願い致します。蘇州河の旧鉄道の傍にある三盛樓告白。)

三盛樓という日本料理店が、上海における日本料理店の開祖であると考えられる。三盛樓の設立は、多くの日本料理店が上海に進出する契機となった。翌1880年10月20日の『申報』第2685号に「更上樓告

20) 李長莉『晚清上海社会的変遷』、天津出版社、2002年8月、7頁。

21) 鄭大華、彭平一『社会結構変遷与近代文化轉型』、四川人民出版社、2008年4月、217頁。

22) 上海通志編纂委員会編『上海通志』(第9巻)、上海人民出版社、2005年4月、6437頁。

23) 申報社『申報』(影印版第15本)、上海書店、第2391号(西1879年12月25日、木曜日)、712頁。

白」という広告が掲載された。

更上樓告白 啓者於本月十九日為始，特請諸國廚司東洋糕司，專辦英法大菜，日本新式茶點兼備。隨時熱炒、任意小酌。如欲另購茶食者，一□起碼裝盛穩固，以備遠方外埠。倘蒙賜顧格外周全，開設棋盤街東首五馬路便是<sup>24)</sup>。（□：不明文字）

（更上樓告白 啓者、本店は今月の19日から営業を始め、諸国の料理人と日本菓子の料理人を招聘し、英仏料理と日本菓子を兼ね備えています。お客様の愛顧をお願い致します。本館は棋盤街東の五馬路にあります。）

以上の2件の広告を比較してみれば、三盛樓が1879年に『申報』に広告を掲載した時、広告の対象を「貴官紳商」と明確に記入した。このことから最初の日本料理店の消費者は高官と商人であり、社会交際の流行は高官や商人等の上流階層から始まったと推測できる。そして1880年に更上樓が『申報』に広告を掲載した時には、広告の対象に特定の社会階層を記入していない。したがって当時の日本料理店の消費者は、上海の各階級が対象となり、上海の全社会に社会的な交際の流行が普及したと思われる。この変化の過程で、「貴官紳商」という上流階層は、オピニオン・リーダーの役割を演じた。したがって社会の変革は、精英の階層から伝播し広く大衆文化になったと言える。

当時の上海民衆は、日本料理に関心が強くなるに伴い、日本料理店は上海以外の地方にも影響を及ぼしたようである。1881年7月2日の『申報』第2933号に掲載された「東洋酒館告白」にそのことが知られる。

東洋酒館告白 啓者本樓開設在上洋蘇州河邊舊鐵路橋堦第二十一號洋房內，業已有年。專制官禮茶食中外點心以及西式大菜、中東小食等件。味既佳美品皆精潔。數載以來盛蒙四方君子評重譽揚、首推一指，每以市肆中無有出於本樓之右者獎許之以，故風辰月夕座上之商客常盈。禮拜良宵杯內之酒醪不竭。本樓既感諸商客之下顧猶期貿易之興隆，因勉益加勉精復求精，所制各品格外精工，近來不但滬上生涯滔滔不息，即如外埠蘇杭亦頗有聞名，源源而來購者。今本樓復又添各式木盒木匣將各品食禮裝盛固，以備遠方外埠賜顧者水陸舟車均便帶寄，而價目又極為減廉，以廣銷路特布數言以便周知三盛樓主人謹啓<sup>25)</sup>

（東洋料理店告白 啓者、本店は蘇州河の旧鉄道傍の第21号において開設して以来、数年間になります。本店は販売しているものには外国の菓子、西洋料理と日本料理があり、全て美味しく綺麗であります。各地からのお客様は、上海市内において三盛樓よりさらに良い料理店がないと褒めそやして下さることから、毎日愛顧者が本店に絶え間なくお越し頂いています。お客様に感謝するため、本店はさらに美味しく綺麗な料理を求めています。そのため本店の名声は、上海にとどまらず蘇州、杭州等の都市にも広がっています。上海以外の地方からの愛顧者も絶えることはありません。遠方からの愛顧者は軽便に料理を持ち帰ることができるように、本店は特別に様々な食品を盛る木製の箱を特製しました。販路を広げるため本店の料理の価格は極めて廉価です。以上の情報を周知して頂くように告白致します。三盛樓主人謹啓。）

24) 申報社『申報』（影印版第17本）、上海書店、第2685号（西1880年10月20日、水曜日）、447頁。

25) 申報社『申報』（影印版第19本）、上海書店、第2933号（西1881年7月2日、土曜日）、7頁。

この広告から、三盛楼は数年間の発展を経て上海での賞賛の声だけでなく、蘇州、杭州などの周辺都市からも顧客が名を慕って来ていたようである。さらに多くの上海以外の客に美味しい日本料理が食べられるように、三盛楼は木製の弁当箱を作成し、持ち帰りの業務も増加した。このような方法で上海以外の顧客に、上海に来なくても三盛楼の日本料理が味わえる方法を考えたのである。この方法は三盛楼の名声上海以外の地に影響を及ぼしたとみることが出来る。

『申報』の日本料理店の広告から、上海の日本料理店は上海民衆に受容されていたことがわかる。上海の日本料理店の顧客は、最初は高官、商人達の上流階層だけであったものが、次第に一般民衆にまで拡大し、上海だけに止まらず次第に周辺の都市も広がっていたことがわかる。日本料理店が上海社会に定着したと見る事が出来るであろう。

## (二) 日本劇場

日本料理店の他に上海において特筆すべきものは日本劇場である。日本劇場での日本曲芸が上海において流行していた。最初の日本曲芸に関する広告は、満庭芳劇場と老金桂軒劇場である。両劇場が『上海新報』に掲載した2件の広告がある。1870年12月22日の『上海新報』第447号に掲載された「東洋戯文」は、老金桂軒劇場の広告である。

東洋戯文 啓者本園戯文系奉本國皇之命前往日耳曼國開演，與日耳曼國皇觀看，道過上海便演數日。班中有四歲幼童能演人所不能演至戲，紙上行走如履平地。又有女子名阿多，善放紙蝶千只空中飛舞。另有各種奇巧戯文演出，諸君速來觀看，過此以往未必有此好戯文也，仍在石路上老金桂軒開演。此啓 十月十八日<sup>26)</sup>

(日本曲芸 啓者、本座は日本国の天皇の命令を受けてゲルマン国へ公演に行く途中、上海で数日間の公演をする予定です。本座の4歳の子供が平地で歩くように紙の上で歩け、大人が演じられないことを演じることができます。また阿多という女子が千羽の紙チョウを空中に舞わせることができます。お客様のご観賞をお願い致します。この日本曲芸は、これまでで一番すばらしい公演であります。本座は石路の老金桂軒で公演致します。以上、告白致します。10月18日)

最初上海で公演した日本曲芸団の一座が、特に上海で公演する予定ではなかったが、当時の日本曲芸の種類、内容等の情報を知ることができる。日本曲芸の公演は当時の上海社会の民衆の注目を引付けた。多くの作家が日本曲芸の状況を描写した。有名な作家である王韜は、1875年に出版された『瀛壖雜誌』において次のように叙述している。

滬北近多東洋戯劇，大抵以緣繩踏竿爲長技，小兒能躡足高梯，在百尺竿頭飛舞，奇險莫名，殊令觀者心眩目。特有二少婦，圓領繡衣，風致翩翩，一善琵琶，雄壯悲涼，頃刻萬變，一碎紙做千百蝴蝶，上下飛翔，渾如身如花叢。他若于紙堆中出名燈數十盞，雨傘十余具，變幻倏忽要亦不過搬演之術耳。其有一人仰臥于台，以兩足承巨鼓，盤旋如飛或疊置數十箱，狀若累基，雖高而不墜，日本人呼之爲股技，此則具有真實本領者也<sup>27)</sup>。

26) 『上海新報』(影印版第7本)、文海出版社、第447号(1870年12月22日、木曜日)。

27) 王韜『瀛壖雜誌』、『筆記小説大観』(第二十七冊)江蘇広陵古藉刻印社、1983.4初版、333頁。

（最近、上海の北で日本の曲芸が演じられることが多いです。大部分は縄、竹竿でアクロバットを演じています。例えば、ある子供は高い梯子を登り、百尺の竹竿の頂上で躍動することができます。そのすばらしさは観衆達を眩ませました。特に風采の良い若い女子二人がいます。その中の一人は琵琶を弾きくのに優れ、あつという間の勢いで、猛々しものや寂しい曲を万種の変化で演奏することができます。もう一人は砕いた紙で千羽のチョウを作り空中に舞わせ、観衆達に花の群れのように見せていました。ほかに紙の山から十数個の明かりを傘に変ずるといふことなどそれほど得意のようではありません。またある一人が舞台に仰向けになり足で大きな太鼓を支え、太鼓を飛ぶように旋回させました。この特殊技能は、日本で股技と呼ばれています。股技の演じ者は本当に実力があります。）

王韜の描写から、当時の日本曲芸が上海でも流行し、曲芸には様々な種類があり、すばらしい演出で観衆達を驚かせていた。このような日本曲芸に関する広告は『申報』によく見られる。これらの広告から最初の日本曲芸の一座は常に西洋曲芸の一座と一緒に公演していた。1875年12月14日の『申報』第1116号に老金桂軒劇場は、広告「丹桂茶園中西兩班合演」を掲載している。

丹桂茶園中西兩班合演 本園今有新到大英欽差□來大西洋小東洋琉球諸國奇巧古怪人物，兼有飛禽走獸一應俱全。該有一百餘套之數實有可觀，較前大不相同。茲暫借本園於十六夜開演至二點鐘止。而中國之戲七點鐘起至十點鐘止，接演外國新戲，此乃外國賽實獻能戲，價照舊無二決不多取，特此告白丹桂茶園告白<sup>28)</sup>（□：不明文字）

（丹桂茶園で中国と外国の一座による公演があります。イギリス、大西洋、小東洋、琉球等の諸国の一座は、本園で公演します。突飛な人、鳥獸等の演技がすべてそろっています。外国の一座の演技は16日の午後2時までです。中国の一座の演技は7時から10時までです。続けて外国の一座が公演します。切符の値段は従来のままです。以上、告白致します。丹桂茶園 告白。）

黄式権の『淞南夢影録』に東洋曲芸は、中国の奇術に類似し、「柔功」と「硬功」の区別があったことを述べている。たとえば綱渡りや変紙変蝶等である。中国奇術中の変紙変蝶など文戯に似たものは柔功と呼ばれ、竹竿のぼり、樽回しなどの中国奇術中の武戯に似たものは硬功と呼ばれた。客の興味を引き、家族を養い生活していくために、日本の芸人は大変な努力を重ね、その芸は非常に精緻なものであった。そのため中国人も自ら日本人の芸に及ばないのを嘆き、日本の芝居と中国の芝居は「同一の技術ではあっても、中国の技芸を採求するものよりもはるかに勝っている」としている<sup>29)</sup>。日本の曲芸は卓越したわざと魅力を頼りに、上海社会に定着した。日本曲芸が上海で盛んであったことから、日本の興行者は日本人のみの演技者の芝居小屋を創設した。最初の日本の芝居小屋の広告は、1878年8月6日の『申報』第1927号に掲載されている。

日商嘉福北園 啓者所有東京名班以及馬戲新到石獅子等合□東洋班主自運聯合上品角色名喚雙鳳兒八面風五彩□等在內全演。祈望諸公早降。仍在石路中聚秀園底下於七月初八夜起日夜開戲。價日照

28) 申報社『申報』（影印版第7本）、上海書店、第1116号（西1875年12月14日、火曜日）、571頁。

29) 小島勝、馬洪林編『上海の日本人社会』、龍谷大学仏教文化研究所、1999年、35—36頁。

舊不加 特此佈致 本園告白<sup>30)</sup> (□：不明文字)

(日本の嘉福北園 啓者、日本の東京の有名な一座、曲馬団等は本園において公演します。お客様の  
ご観賞お願い致します。本園は石路の聚秀園の階下にあります。公演は7月8日の夜からです。切  
符の値段は従来のままです。以上、告白致します。本園告白。)

この広告は『申報』においてはっきりと署名を記した日本劇場の広告である。嘉福園劇場は、上海において日本人が開設した最初の劇場と言える。『上海新報』と『申報』に見える日本曲芸と日本劇場の広告から、上海における日本曲芸は日本曲芸の一座と西洋曲芸の一座が一緒に公演し、上海の劇場を借りて上演したとか、日本人による劇場を創設したことの経緯がわかる。この変化から上海民衆は日本曲芸と日本劇場を受容したことが見られる。その受容の過程により新しい市民の娯楽意識の変化をもたらした。

日本料理店と日本劇場は、上海民衆の社会生活を豊かにし、社会生活の様式を商業化、公共化に推移させた。日本料理店と日本劇場の広告による宣伝から、日本料理店と日本劇場は当時の流行した交際の場ともなった。1880年代から出版された『点石斎画報』には、日本の芸人が竹竿の上において足先でボールを操るという演技の場面を画いている。(図4参照) 図4から日本の芸人が演技する現場に多くの男女の観衆が見られる。日本の芸人のすばらしい演出に観衆達は皆首を長くし、目を見開き、口を開け、驚きであっけにとられていた様子が知られる。この光景は、当時の上海社会において日本曲芸の人気度を知る証明にもなるであろう。当時の伝統的な男女観念に支配された上海社会にとって革新の意味があったと言える。中国の封建的な観念では「男尊女卑」が主張されていた。そのため女性は家に引きこもり、勝手に人前に現れることが無く社会の公共活動にも参加できなかった。しかし1860、70年代頃まで、女性が遊びに出掛たり、男性だけが出入する茶館や劇場等の公共的な社交場に出て行くことが次第に流行していったとされる<sup>31)</sup>。1880年代には、女性が遊びに出掛け、社交場所に出入りすることは上海では普通に見られる光景になった。いわば日本料理店と日本劇場の流行が当時の社交形態にも変化をもたらし、社会風俗の開化にも一定の作用を与えたと言えるであろう。<sup>32)</sup>

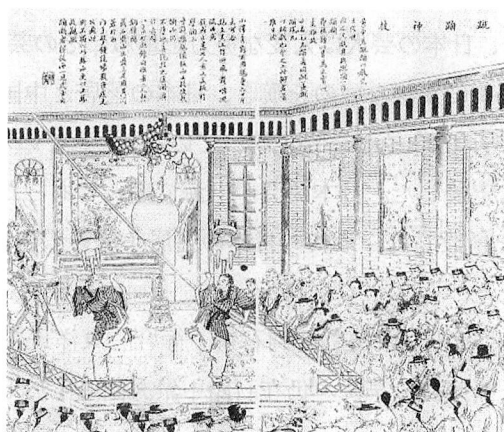


図4 日本芸人のボールを操る演出図

30) 申報社『申報』(影印版第13本)、上海書店、第1927号(西1878年8月6日、火曜日)、127頁。

31) 李長莉『晚清上海社会的変遷』、天津出版社、2002年8月、428頁。

32) 『点石斎画報』



### 三 上海における文化生活の様式の変遷

文化様式の変遷は、人々の宗教信仰や文化娯楽そして情報交換の様式等の変遷である<sup>33)</sup>。日清戦争前に日中両国の人々の交流は一定の範囲内に限られ、主に両国の外交官や商人等の接触であった。1896年までに中国は日本へ留学生を派遣し始めた。したがって日清戦争前の日中両国の交流は商業の交流が主であった。日清戦争から辛亥革命まで日本が中国に与えた影響は大きい。日清戦争前の中国にとって西洋からの影響は最も大きい。しかしながら近代上海は日中両国の交流の中心地となったことから、日清戦争前の日本文化の上海社会への影響は、上海における新聞の日本広告から見る事が出来る。上海の新聞に見る日本広告は、民衆の社会文化の様式の変遷との関係は中国語の言語的系統の近代化、近代化思潮の形成等の方面に現れる。具体的には次の点をあげることが出来るであろう。

#### (一) 言語

上海が対外開放された後、中国語の言語体系に近代化の特徴が現れた。この変化は来華宣教師が大量の翻訳語彙を制定したことに伴った結果である。したがって西洋の言語体系は、当時の中国の言語体系に与える影響は最も大きかった。一方、明治維新後の日本も次第に学術用語の制定を完成し、大量な抽象意義のある漢字語彙を特徴とする近代日本語言語体系を成立した。日本はすでに中国から漢字語彙を借りるには及ばなかっただけでなく、日清戦争の頃、日本は中国を含める漢字文化圏に新たな漢字語彙を輸出し始めた<sup>34)</sup>。日清戦争前の中国人の著書において日本の新たな漢字語彙がよく見られるが、その一部は現代中国語言語体系の中でも使われている。日清戦争前の日本は、中国に輸出された語彙は2つの種類がある。それぞれは普通名詞と新たな漢字語彙である。上海の新聞には日本広告から日本語が中国に輸出された痕跡を見ることが出来る。

普通名詞の例として蓮香館が1885年8月2日の『申報』第4418号に掲載した先に掲げた「日本毒物」という広告からわかる<sup>35)</sup>。この広告から章魚は日本の特産物で、それまで上海では見られなかった。そのため「章魚」という単語は、日本から中国に輸入された名詞と考えられる。『上海新報』と『申報』の日本広告の中に、このような名詞が多く見られる。例えば、「昆布」、「章魚」、「寒天」、「海老」、「哨子」、「飛脚船」、「問屋」、「料理」、「出張所」、「長崎」、「神戸」等である。しかしそれらの名詞の大部分は、現代中国語の言語体系に導入されなかった。受容された日本名詞は、中国にない物事の固定名詞で、例えば章魚であり日本の地名、人名等の固有名詞で、例えば長崎等で量が非常に少なかった。

日本の新たな漢字語彙とは、主に日本が西洋の学術体系を手本として制定した新しい語彙である。日本の新たな漢字語彙は中国に輸入されたピークは、日清戦争から辛亥革命までである。日清戦争前の中国は、西洋からの知識と語彙の輸入を主としたが、『申報』の日本広告から、中国は日本から新たな語彙を輸入した例証が見られる。

33) 李長莉『晚清上海社会的変遷』、天津出版社、2002年8月、7頁。

34) 沈国威『近代中日詞彙交流研究：漢字新詞の創製、受容与共享』、中華書局、2010年2月、24頁。

35) 申報社『申報』（影印版第27本）、上海書店、第4418号（西1885年8月2日、日曜日）、195頁。

『申報』の「広告」に出現した例として、中国では現代広告の形式は日本よりも早く出現したが、「広告」という単語は日本から中国に輸入された。「広告」という単語は中国に輸入される前の中国は、英語の「advertisement」を中国語で「告白」と翻訳した。宣教師 W.Lobscheid が、1866年に編纂した『英華字典』に「advertisement」を「告白」と訳した<sup>36)</sup>。他方日本では、明治5年4月14日(1872.5.20)の『横浜毎日新聞』には、初めて「広告」の文字が記され、人々の注目を引いた<sup>37)</sup>。当時中国の新聞はずっと「告白」という単語で広告を表示した。中国の新聞に「広告」という単語が最初に出現したのはいつかという問題に関して、中国の学术界は、梁啓超が1899年4月30日の『清議報』において、始めて「記事擴張ト廣告募集」というタイトルを使って、そして「広告料」という広告料金表を添えたことが中国語新聞で最初に「広告」という単語を使用したと考えられている。しかしながら1878年11月23日の『申報』第2021号には、それよりもさらに早く使用されている。それは日本の津枝洋行が「広告」という単語を上海にもたらした。

廣告 啓者本行向設在小東門外十六鋪橋北開張，今移至五馬路棋盤街口坐北朝南便是。特此廣布。  
日本大阪朝陽館精緻藍錠自運發兌。 津枝洋行<sup>38)</sup>

(広告 啓者、本店は元々小東門外の十六鋪橋の北において創設しました。今五馬路の棋盤街に移転しました。以上、広告します。日本大阪の朝陽館が生産した青い紡錘を販売します。 津枝洋行)

この広告は、これまで中国において見られる「広告」という単語の初出と言えるが、中国人が「広告」という単語を運用したことから見れば、日清戦争前の『申報』において津枝洋行が掲載した広告の他に「広告」という単語は見られない。当時の新聞の中でまた「告白」、「布告」、「声明」、「啓示」等の単語で「広告」を表した。しかも、『申報』において津枝洋行の他のすべての日本の洋行は中国の言語習慣に従って、「告白」等の単語で「広告」を表した。いわば、『申報』の中で唯一、一回のみであるが「広告」という単語が出現した。「広告」という単語が、中国で流行するのは20世紀以降のことである。

上海の新聞の日本広告から、普通名詞であろうと、新たな漢字語彙であろうと、日清戦争前に、日本は中国へ語彙を輸出したのは意図的ではなかったであつたであろう。多くの日本の広告主は、言語習慣により上海の新聞に掲載する日本広告の中で日本語の語彙を使用したと言える。しかも語彙の使用は殆ど商業利益に関連しないことから、日本の広告主は、意図的に日本語の語彙を輸出する目的は少なかったと言える。したがって日清戦争前において、言語の上では日本は上海のみならず中国に与えた影響は非常に微少であつたと言えるであろう。

## (二) 日本の出版物

アヘン戦争の後、中国はますます西洋の学問の重要さを認識した。中国の西洋の学問を学習する中心は上海に遷移した。上海における西洋書籍の訳本の出版は活発になった。日清戦争前、中国の翻訳の書籍は、主に清政府の翻訳局が翻訳した技術、製造類等の西洋の書籍、及び来華宣教師が訳した西洋の学

36) *w.Lobscheid* 編纂『英華字典』(復刻版)、東京美華書院、1996年9月、31頁。

37) 大伏肇『資料が語る：近代日本広告史』、東京堂、1990年10月、82頁。

38) 申報社『申報』(影印版第13本)、上海書店、第2021号(西1878年11月23日、土曜日)、504頁。

問を紹介する書籍である。当時の日本の書籍は中国では重視されなかった。1660年から1895年まで中国において中国語で翻訳した数学、物理学、化学、天文学、地学、動物学、植物学等の科学技術類の日本の書籍は殆どなかった<sup>39)</sup>。このことから日清戦争前の中国人に日本の書籍が与えた影響は極めて少なかったと言える。しかしある程度の量の日本書籍が中国に輸入されていた。その痕跡は『申報』の日本広告から見られる。

日清戦争前の日本と上海との文化交流には岸田吟香を無視することは出来ないであろう。岸田吟香は、上海において「楽善堂」という薬局を開設し、薬だけでなく日本の書籍も販売した。『申報』には楽善堂が日本書籍を販売した幾つかの広告が見られる。

1884年6月30日の『申報』第4027号に岸田吟香が「日本古逸叢書」という販売広告を掲載した。主に日本の古典籍を売るためにその内容を詳しく紹介したものである。また、岸田吟香は「海上買薬翁」という雅号で、上海社会に参入し、1888年4月8日の自己の55歳の誕生日の宴会において「玉蘭吟社」という文学社の成立を提案し、王韜を文学社の社長に推した。それ以降において岸田吟香は、上海の文人との関係がもっと親密になった<sup>40)</sup>。岸田吟香ほど当時の上海の文化人と交流のあった日本人は他にはいないと言えるであろう。

上海にあった日本の商店は日本の書籍を販売したほかに、上海当地の商店も日本書籍を販売していた。1881年10月24日付の『申報』第3047号に書店「万卷楼」が「日本新到畫譜書譜出售」という広告を掲載した。

日本新到畫譜書籍出售 王冶梅石譜連套一元一角、題畫詩集五角、新繪十竹齋畫譜一元二角、芥子園全集二元半、萬國公法一元半、公法便覽一元二、兵書七種五元、縮本三才略二角、澳門記略三角、銀洋精論二角、十三種叢書六角、湖海小傳二角、古文小品一角、學詩要覽一角、筆耕齋尺牘一百十、寫信要覽八十四半、舫帥堂賦略三角、畫圖新報四十。上海四馬路萬卷樓書坊 啓<sup>41)</sup>。(□：不明文字)  
(日本から新着した画譜と書籍を販売致します。王冶梅石譜1元1角、題画詩集5角、新繪十竹齋画譜1元2角、芥子園全集2元半、万国公法1元半、公法便覽1元2、兵書七種5元、縮本三才略2角、澳門記略3角、銀洋精論2角、十三種叢書6角、湖海小伝2角、古文小品1角、学詩要覽1角、筆耕齋尺牘110銭、写信要覽84半銭、舫帥堂賦略3角、画図新報40銭。上海四馬路萬卷樓書坊 啟)

また1881年3月5日の『申報』第2814号に書店「瑯環小築」は「寄售書籍」という広告を掲載している。

寄售書籍 東洋新到各種書籍、康熙字典等、其價格外相宜。如蒙賜顧者請至二馬路瑯環小築購閱可也。東京永和寄售<sup>42)</sup>

(書籍を委託販売します。日本からの新着の各種類の書籍、康熙字典等、価格は極めて廉価です。ご

39) 譚汝謙主編、実藤惠秀監修『日本訳中国書総合目録』(51)、香港中文大学出版社、1983年、57頁。

40) 陳祖恩『上海的日本文化地図』、上海錦綉文章出版社、2010年4月、38-39頁。

41) 申報社『申報』(影印版第19本)、上海書店、第3047号(西1881年10月24日、月曜日)、463頁。

42) 申報社『申報』(影印版第18本)、上海書店、第2814号(西1881年3月5日、土曜日)、227頁。

愛顧者は二馬路にある瑯環小築に来られ購買されても結構であります。東京永和は瑯環小築に書籍の委託販売をしました。）

これまで日清戦争前の上海において日本書籍があまり流行しなかったとされるが、以上の2件の広告から、当時の上海は一定量の日本書籍を輸入していたことがわかる。これらの日本書籍が、上海に輸入されるのには3つのルートがあった。上海における日本の商店が日本書籍を上海に日本から輸入した場合、上海の中国商店が日本書籍を輸入した場合、日本の書店が上海の商店に日本書籍の委託販売を依頼した場合である。

このことから日本と上海の書店とは互いに交流していたと考えられる。以上の2件の広告から、当時上海に輸入された日本書籍には、『万国公法』、『公法便覧』、『世界地図』のような現代書籍が見られるものの大部分は日本の伝統的な古典であった。

日本書籍のほかに、『申報』において西洋人は日本の新聞を上海に導入した痕跡が見られる。当時の上海において有名な墨海書館は、1876年12月21日の『申報』第1431号に「日本新報」という広告を掲載した。

日本新報 啓者本館代售日本新報，月初二本。凡士商欲觀者每年價洋一元五角，零售價錢七十二。此布 麥家圈墨海書館啓<sup>43)</sup>。

(日本新報 啓者、本館は日本新報の販売を代理しています。毎月初めに2部があります。年決めで1元5角、小売価格は72銭です。以上、告白致します。麦家圈墨海書館 啓。)

日清戦争前の日本はすでに革新を完成し、現代的な書籍を系統的に出版していた。しかし当時の中国は、日本をまったく重視していなかったことから、日本の現代的な書籍は中国に輸入されることは殆どなかった。『申報』に日本書籍を販売する広告が見られるが、日清戦争後の商務印書館等の日本の広告主が『申報』において掲載した教科書、科学、社会、文化等の日本の現代的な書籍に関する広告に比べ、日清戦争前の『申報』に掲載された日本書籍の広告は極めて少ないと言える。

以上のように言語と出版物の二視点から見ると、日清戦争前の日本が上海民衆の文化生活に与えた影響は、物質生活や社会生活に与えた影響より極めて少なかったと言えるであろう。

## おわりに

日清戦争前の上海社会の変革に西方文明が与えた衝撃の強さは多くの研究者の注目を引付けてきた。しかしながら当時の日本は新興の近代国家とし、上海に与えた影響は西方諸国よりずっと小さかったが、当時の上海社会の変革に少なからざる影響を与えていた。その具体的事実を本論において論述した。日清戦争前の上海における代表的な中国語新聞である『上海新報』と『申報』に掲載された日本広告を対象に、上海社会の民衆の生活様式の変遷に与えた日本広告の影響について述べた。具体的には、物質生活、社会生活、文化生活における三方面の様式の変遷についてである。

上述したように、日清戦争前、日中両国の人々の交流はただ商業、貿易等の狭い範囲に限られていた。

43) 申報社『申報』(影印版第11本)、上海書店、第1431号(西1876年12月21日、木曜日)、333頁。

このため日本広告は上海民衆の物質生活の様式の変遷、社会生活の様式の変遷との関係は、文化生活の様式の変遷との関係よりはるかに緊密であったと言えるであろう。日本広告は日本文明を伝えるツールとし、上海民衆の生活様式の変遷を促し、同時に上海民衆の生活様式の変遷を反映した。日本広告がその変遷の過程の中で伝播者の役をし、上海民衆に対する伝播の過程の中で多段階のコミュニケーションのモデルを形成した。当時の上海民衆は、主に文字を閲読出来ない人々が多かったと考えられることから、新聞広告を読まない人は閲読能力のある人の口から広告の情報を理解したであろう。したがって、日本広告は日本文明の伝播者とし、上海民衆に影響を与えた時、まずオピニオン・リーダー達即ち社会の精英階級に伝播した。オピニオン・リーダーが日本広告の情報を一般民衆に伝播し、その後、一般民衆の間における口コミを通じて日本広告の情報が普及し拡大したと考えられる。このような過程において上海民衆の生活様式は全体的に変化し、統一的な社会倫理を形成した。日本広告は日本文明の伝播者とし、上海民衆の生活様式に与えた影響は日常的な側面にのみ限らず、上海の社会倫理の形成においても貢献した。具体的には、上海民衆の消費観念の変化、リゾート観念の変化及び女性の社会的地位の向上等の面においても多大で積極的な影響を与えたと言えるであろう。

【附記】 謝薇：中国南昌大学新聞与伝播学系講師。本論は中国南昌大学新聞与伝播学系教員の海外派遣による研究成果の一部である。